واقع و أفاق الصناعة السياحية في الصين

▪ د. سماعي فوزي
جامعة 8 ماي 1945- قالمة
Smaali_faouzi@yahoo.fr

▪ د. ولد أحمدو الطالب أحمد
جامعة نواكشط- موريطانيا
talebmauri@gmail.com

الملخَّــص:

تعتبر صناعة السياحة حاليا من أهم الصناعات التي تساهم بنسبة معتبرة في الناتج القومي للعديد من الدول، و إحدى الركائز الأساسية في اقتصاداتها حتى أنها في بعض الدول أصبحت هي المصدر الأول و بدون منازع للدخل، نظرا للعائد الذي توفره لخزينة الدولة، و تعتبر أيضا رافدا للعملات الصعبة.

لقد أدركت الصين أهمية هذا القطاع و ذلك مع بداية الإرهاصات الأولى للإصلاح الاقتصادي الذي شهدته نهاية سبعينيات القرن الماضي، حيث أولته عناية خاصة و مع بداية تسعينيات القرن العشرين تحول الاهتمام بهذا القطاع إلى صناعة سياحية و لاغرو في ذلك فهي تتمتع بموروث حضاري يكنز حقب التاريخ و روائع إبداع الإنسان الصيني، فلا عجب أن تصبح قبلة للسائحين الباحثين عن نفائس التاريخ في روعة المكان و دهشة الموروث، و في هذا الإطار كثفت الحكومة الصينية من جهودها في ترميم و إصلاح مجموعة كبيرة من المعابد و الآثار التاريخية القديمة و المعالم الحضارية و بناء مجموعة من القرى السياحية و الفنادق و المطاعم ذات الخصوصية الجاذبة و فتح خطوط سياحية جديدة.

تحاول هذه المشاركة تسليط الضوء على واقع صناعة السياحة في الصين و مكانتها في الاقتصاد الوطني و إبراز الدور الذي تلعبه في التشغيل و في جلب العملات الصعبة و في مدى مساهمتها في تحفيز القطاعات الاقتصادية الأخرى و درجة تشابكها الخلفي و الأمامي مع بقية مختلف تلك القطاعات.

Abstract:

Reality and prospect of tourism industry in China

Tourism industry considers currently from the more important makings which considered in the national resultant contributes in a ratio of many the states, and on of the essential supports in economies her even that she in some states it became the source first and without disputant for the income, sight for there turner who be available him for safe of the state, and considers also supporter for the difficult currencies.

China knew importance of this sector and that as of the first signs for the economic reform who witnessed him end seventies of past century, where explained him special care and with beginning ninety 20th century transformation of the interest here by the sector to touristic industry and for more glutinous at that so It enjoys inherited cultural treasure periods of history and masterpieces excellence of the Chinese human, so to admires that kiss for the two research tourists becomes about the history in magnificence the place and astonishment inherited, faithful this frame intensified theChinese government from jhwdhaafy repair and reform a large group of the temples and thehistoric old effects and the civilized guideposts and indistant group the touristic villages andthe hotels and the restaurants is self specialattractive and opening lines of touristic new.

This participation tries mastery ofthe light unreality of tourismindustry in China, and her standing in the national economy and showing of the role the operating is faithful scabs of the difficult faithful currencies, her range of contribution in catalysis the sectors the other economist and degree interlaces her different rest of that sectors.

تمهيد.

تعد السياحة اليوم من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد عليها الكثير من الدول، ذلك لكونها تعتبر رافدا من روافد العملات الصعبة، و تفتح مجالات كثيرة لفرص التوظيف، و تعمل على زيادة الاستهلاك على نحو يرفع من الطلب و يدفع التنمية الاقتصادية إلى الأمام.

لقد أدركت الصين الأهمية القصوى لهذا القطاع مع بداية الإرهاصات الأولى لسياسة الانفتاح الاقتصادي، التي شهدتها نهاية سبعينيات القرن الماضي، حيث أولت القطاع السياحي عناية خاصة، تمثلت في تمويل و إنشاء البنية التحتية للقطاع السياحي.

و مع بداية تسعينيات القرن الماضي، تحول الاهتمام بهذا القطاع إلى الصناعة السياحية، و لا غرو في ذلك حيث أن الصين تتمتع بموروث

حضاري يزيد على 5000 عام، و يوجد على أرضـــها المتراميـــة عـــدد لا يحصى من المناظر الخلابة النادرة و العجيبة.

و على ضوء ما تقدم يمكن إبراز إشكالية المداخلة، من خلال طـــرح السؤال التالي :

هل فعلا استطاعت الصين بناء صناعة سياحية قادرة على المســـاهمة فـــي تحقيق تنمية اقتصادية شاملة ؟

و تحقيقا لهدف الدراسة تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور :

المحور الأول : مراحل تطور السياحة في الصين.

مر تطور السياحة في الصين بثلاثة مراحل أساسية:

1- مرحلة الانغلاق: 1954 – 1977.

يعود تاريخ السياحة الحديث إلى بداية الخمســـينات و بالتحديـــد ســـنة 1954، حيث شهد تأسيس أول مؤسسة سياحية، هي وكالة الصـــين الدوليـــة للسفر و التي تتفرع إلى أربعة عشرة فرعا و لم يتجاوز نشاطها آنذاك حدود الصين، و اقتصر دورها على تشجيع و تنشيط السياحة الداخلية و الشعبية، و لم يغير من الوضع شيئا إنشاء الإدارة الوطنية للسياحة سنة 1964، فالصين بطبيعتها دولة اشتراكية تحكمها أيدلوجية شيوعية ترى بأن الاقتصـــاد يقـــوم على الصناعات الثقيلة، و لا ترى للسياحة أي فائدة متجاهلة الدور الذي تلعبه السياحة في التنمية الاقتصادية [(1)].

و مع بداية الثورة الثقافية سنة 1966 أوقفت الصين أنشطتها السياحية، و لم تستأنفها إلى سنة 1971 مع بعض دول أوروبا الشـــرقية كنـــوع مـــن التبادل الخدماتي [(2)]، و لا شك أن القيادة الصينية كانت تضع هاجسها الأمني

في مقدمة أولوياتها متقوقعة على شعبها، و أبقته في عزلة تامة طيلة سنوات الثورة الثقافية، (1966 – 1976) و بالتالي ظلت الأنشطة السياحية معطلة.

2- مرحلة الانفتاح على العالم الخارجي 1972- 2000.

شهدت الصين نهاية السبعينيات نهضة حقيقية نتيجة تطبيقها لسياسة الانفتاح و الإصلاح الاقتصادي، التي يعود الفضل فيها للزعيم الراحل "شياو بينغ" و الذي بدوره أعطى عناية كبيرة لتطوير قطاع السياحة، و استمرت القيادات من بعده على نهجه من حيث ايلاء السياحة مكانة كبيرة في الاقتصاد الصيني [3]، حيث تم التركيز في السنوات الأربعة الأولى على السياحة الداخلية بما فيها الزيارات التربوية و السياسية، و قد أدرجت الحكومة الصينية سنة 1982 م قطاع السياحة في المخطط الوطني للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

و شجعت الدولة السياحة من منطلق سياسي و اعتبرت السياحة نافذة للانفتاح على الخارج، لكي يعرف العالم الصين بصورة أفضل، و تم ربط الصينيين المغتربين بوطنهم الأم، و بدأت بتنفيذ برامج جديدة كالسياحة في الأنهار و خصوصا النهر الأصفر و سياحة طريق الحرير، لمن يريد أن يتعرف على الطريق الذي كانت تسلكه قوافل التجارة القديمة، محملة بالحرير من الصين مارة بالجبال إلى أفغانستان إلى أن تصل إلى العالم العربي واوربا، و نظمت حملات للدعاية و العلاج بالأعشاب الصينية و بالإبر الصينية و سياحة تسلق جبال التبت، و تنوعت أشكال الفنادق السياحية من الخيمة المنغولية إلى الفنادق العصرية [4].

لقد استمثرت الدولة الصينية في المنشآت و البنى التحتية في منتصف ثمانينيات القرن المنصرم، تضمن ذلك بناء مشاريع سياحية هامة شملت

توسيع متحف تماثيل الجنود و الخيول للامبراطور "شي هوانغ دي بيشـــيان"، إعادة بناء منطقة مناظر نهر "تشينهوايخة" و إقامة متحف الحرير، و متحف الشاي، و متحف العقاقير الطبية، و ترميم سور الصين العظيم [5].

و بفضل تلك الجهود و الاستمارات تزايد عدد السائحين الأجانب إلـــى الصين خلال السنوات العشرة الأولى بشكل ملفت، حيث وصل عدد الســـياح سنة 1988 أكثر من 36 ضعف ما كان عليه سنة 1979، مســـجلة رقمـــا قياسيا في السوق الدولية للسياحة، إلا أنه في عام 1989 تقلص عدد الســـياح بسبب مأساة ساحة Tiananmen و تغير بذلك وضع السوق، لكن لم يمـــض على ذلك إلا سنتين حتى انتعشت هذه السوق من جديد[6]، و واصلت السوق نموها حتى أصبحت الصين سنة 1999 خامس أكبـــر دولـــة ســـياحية فـــي العالم[7].

و خلال هذه السنوات بلغ دخل الصين من السياحة الدوليـــة مليـــارات الدولارات، إذ تجاوز دخلها من السياحة 10 مليـــار دولار ســـنة 1996، و واصل الزيادة إلى 12 مليار دولار سنة 1997، و حققت السياحة الداخليـــة الصينية 100 مليار يوان كل سنة، و تجاوزت إيرادات السياحة 200 مليـــار يوان سنة 1997 [8].

و يمكن تلخيص مكاسب الصين خلال هذه المراحل من توفير الشـــغل لليد العاملة و مدى مساهمتها في مجمل الدخل القومي، إذ أضافت إلى الدخل 263 مليون دولار سنة 1978، و تضاعف ذلك إلى أكثر مـــن 16 مليـــار دولار سنة 2000.

3- مرحلة ما بعد 2000 "صناعة السياحة".

تعتبر هذه المرحلة ثمرة للمرحلة التي سبقتها، و هي مرحلة تحضيرية بدأت سنة 1992، حيث أعلنت الحكومة الصينية عن إستراتيجية جديدة في الإصلاح الاقتصادي تدعى الطريق الثالث، و التي تقر بأن اقتصاد السوق هو حجر الزاوية الأساسي في البناء الاقتصادي الجديد، انسجاما مع النظام العالمي الجديد، الذي يدعوا إلى المزيد من الانفتاح و فتح الحدود بلا قيود.

و في هذا الصدد قامت الحكومة الصينية بتعديل بعض قوانينها و لوائحها التنظيمية، وأحكامها التي تتعلق العديد من مجالات الحياة الاقتصادية، كي تتماشى مع المعايير التي يفرضها نظام المنظمة العالمية للتجارة (9)، الملزم بتحرير الاقتصاد بما فيه قطاع الخدمات التي تعتبر السياحة إحدى ركائزه.

لقد بدأت بالفعل في هذه المرحلة صناعة السياحة الحقيقية، فصناعة السياحة كأي صناعة تحتاج إلى منشآت و بنية تحتية لاستغلال و استخدام الموارد المتاحة و التسويق لها، حيث وضعت السلطات الصينية مخططا في بداية الألفية يغطي الفترة (2000 – 2020)، لتطوير صناعة السياحة، و يهدف المخطط إلى جعل قطاع السياحة يساهم بنسبة معتبرة في التنمية الاقتصادية و يتشابك مع مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى، و أن تصبح الصين بموجب ذلك المقصد السياحي الأول على المستوى العالم سنة 2017، و بغية الوصول إلى ذلك تم اتخاذ مجموعة من التدابير تمثلت في ما يلي :

3-1- على مستوى السياسات و الإجراءات القانونية و التنظيمية.

شهدت سنة 2000 إصدار عدد كبير من القوانين و الأنظمة المتعلقة بالسياحة، للرفع من أداء إدارة الأعمال في الميدان السياحي، و تعزيز مساهمة و مشاركة القطاع الخاص في تأسيس المرافق السياحية، و

الترخيص لها و فتح المجال أمام الاستثمار الأجنبي، و السماح للشركات الأجنبية بتأسيس فروع لها على أرض الصين، بعد أن كانت الدولة المسيطر الأول عليها، و قد سهلت الإدارة الوطنية للسياحة الشروط المتعلقة بتمثيل مكاتب السياحة الأجنبية، و بتخفيض رأس المال المسجل إلى 2.5 مليون يوان بدلا من 4 مليون يوان، و إلغاء القيد الإقليمي أي شرط إقامة المكاتب في بكين، و شانغهاي ، و قوانغشو، و شنشين، و وشيان فقط، استجابة لشروط منظمة التجارة العالمية، و الالتزام بتطبيق المعايير الدولية للجودة فيما يتعلق بتقييم و تصنيف الخدمات السياحية، و كذلك الرفع من جودة مستوى الخدمات المقدمة، و الضرب بيد من حديد على مخالفي القوانين و منتهكي اللوائح السياحية، و توفير برامج لتدريب العاملين في القطاع، و تعليم اللغات، و تطبيق نظام الإعفاء من التأشيرات للسياح من بعض الدول [10].

3-2- بناء المنشآت السياحية و تعزيز البنية التحتية.

إن صناعة السياحة تتطلب دائما إجراء تحسينات في البنية الأساسية السياحية، و تطوير القطاعات الخدمية و اللوجيستية و المالية، و بناء موانىء و مطارات و فنادق و طرق جديدة، و تأهيل مراكز الجذب السياحي و فتح مجالات للتعمير السياحي، و في هذا المجال عرفت المنشآت السياحية تطورا كبيرا بفضل الجهود المبذولة في سبيل ذلك.

أ- صناعة الفندقة:

انتشرت الفنادق في معظم أرجاء البلاد منذ سنة 1999، و كان أغلبها ذو مستوى منخفض و دون التصنيف و قد بلغ عددها آنذاك 270 ألف مبيت، لا يتجاوز المصنف منها 8880 [11]، و قد قفز عددها سنة 2007 إلى 13000 فندق [12]، و بعد ذلك ارتفع إلى أزيد من 26812 فندق [13]،

و تتواجد حاليا فروع لمعظم الفنادق الدولية الشهيرة كـ "شيراتون و هيلتون"، و إدراكا لواقع المشاكل التي تعاني منها الفنادق، تضمنت خطة بلدية بكين تحسين مستوى الفنادق ذات المستوى المنخفض و تحويل المساكن التقليدية إلى فنادق خاصة بالسياح الأجانب [14]، و من ثم تعميم التجربة على جميع بلديات الوطن.

ب- تعزيز البنية التحتية.

واصلت السلطات في هذا المخطط تعزيز البنية التحتية و تحديثها، و التوسع فيها تلبية للطلب المتنامي على خدمات السياحة، فأحدث ذلك طفرة في خدمات هيئات السياحة و الطيران المدني و المطارات و السكك الحديدية، و هذا ما أدي بالنهوض بصناعة السياحة، التي تعتمد في الأساس على بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى، و مما لا شك فيه فإن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد على جودة الخدمات، التي تقدمها بقية القطاعات الأخرى، و قد تمكنت الصين من بناء 467 مطار من ضمنها 182 مطار تجاري [15]، و حسب مؤسسة "سكاي تراكس" العاملة في مجال world airport awards عن تصنيفها لأفضل المطارات، فقد جاءت ثلاثة مطارات صينية من أفضل 10 مطارات في العالم، من بينها مطار هونغ كونغ في المرتبة الرابعة و مطار بكين في المرتبة السابعة، و قد ضمت القائمة 395 مطار، بناء على استبيان شارك فيه 12.8 مليون شخص أو مسافر من 110 جنسية [16]، و في مجال السكك الحديدية، تزيد الشبكات على 112 ألف كلم من بينها 16 ألف كلم من بينها خطوط القطارات فائقة السرعة، حيث نقلت هذه القطارات 2.32 مليار شخص حتى نهاية 2014 [17]، و بواسطة هذه السكك أصبحت السياحة مرنة و الأماكن المزارة أكثر ارتيادا للسياح.

بالإضافة إلى هذا فقد تم بناء الكثير من القرى و المنتجعات السياحية، و الملفت للانتباه فيها أن من بينها قرى سياحية لكبار السن في الصين، بحيث أن أقل شخص يعيش فيها عمره 100 سنة، و ذلك لجلب السياح إليها و كذلك إنشاء قرى و مجمعات سياحية أيضا تخص النساء لغرض التركيز على السياحة النسائية [18].

3-3- الدعاية و التسويق السياحي.

إن صناعة السياحة تعتمد على التسويق من أجل إظهار الإقليم السياحي و التعريف به، و إلا تبقى المنطقة السياحية غائبة عن السياح [19]، لهذا فإن الأجهزة الحكومية الصينية لم تفوت فرصة للترويج و الدعاية لسوق السياحة الصيني، من خلال المشاركة في الأسواق الدولية للسياحة و المعارض العالمية المعروفة، و تقديم برامج سياحية متميزة و كذلك تقديم صور طيبة عن البلد و المناشط المتوافرة به، كذلك المشاركة في المؤتمرات العالمية و استغلال الأحداث الرياضية العالمية و الإقليمية، زيادة على هذا إقامة علاقات وثيقة و مميزة مع المكاتب و الشركات السياحية بالدول المصدرة للسياح عالميا، و في هذا الإطار طرحت مصلحة السياحة الوطنية الصينية سنة 1992عناوين سياحية متنوعة، متمثلة في التقاليد القومية الصينية و الملامح الشعبية المتنوعة، كإقامة سلسلة من النشاطات السياحية الخاصة و فتح خطوط سياحية و إقامة سياحة متخصصة، مع تنفيذ سياسات تفضيلية لجذب السياح الأجانب إلى الصين، و الجدول التالي يوضح العناوين المختلفة التي وضعتها مصلحة السياحة لكل سنة [20].

الجدول رقم (1) السياحة بعناوين مختلفة في الصين.

السنة	العنوان
2000	سنة السياحة الخاصة في الصين لعام 2000
2001	سنة السياحة لتقوية الجسم و التمارين البدنية.
2002	سنة السياحة للفنون الشعبية الصينية.
2003	سنة السياحة لفنون الطبخ الصيني.
2004	سنة السياحة للعيش مع أبناء الشعب الصيني.

المصدر : www.arabic.visitbeijing.com.cn–news n214835678.html

المحور الثاني : السوق السياحية الصينية.

السياحة في الصين ليست مجرد صناعة بل نافذة للانفتاح على الخارج و جسر للصداقة، و بواسطتها استطاع العالم أن يعرف الصين بصورة أفضل، كذلك فإن حضورها التجاري المتنامي في السوق الدولية قد زاد من ذلك، و تتواجد في الصين حاليا مختلف أنواع السياحة، من سياحة ترفيهية و ثقافية و تاريخية و رياضية و علاجية و سياحة انجاز المهمات و الأعمال ...، و يمكن تقسيم سوق السياحة في الصين إلى ثلاثة أنواع و هي كالآتي :

1- السياحة المحلية الداخلية.

من الجدير بالذكر أن تطور السياحة الداخلية من شأنه أن يقلل من حساسية قطاع السياحة للعوامل الخارجية، فضلا عن إسهامه في إعادة توزيع الدخل بين الريف و المدينة، كما أن السياحة تغرس في النفوس مشاعر الولاء للوطن و تخلق التسامح و التواصل و تهذيب و صقل أساليب و أنماط السلوك الاجتماعي و التربوي و الثقافي [21]، بالإضافة إلى ذلك فإنها تعمل

على توفير العملات الصعبة، و تصبح رديفا للسياحة الوافدة، مما يؤدي إلى بقاء العملات الصعبة داخل الوطن.

و قد أولت الصين اهتماما كبيرا لهذا النوع من السياحة، ساعد على ذلك النهضة التي شهدتها و التي غيرت مفاهيم الصينيين الاستهلاكية، و أساليب حياتهم بفضل سياسات الانفتاح و الإصلاح الاقتصادي، التي طبقتها منذ ثلاثة عقود.

لقد مكن هذا الإصلاح من انتعاش السياحة الداخلية، إذ أن الزيادة في الدخول و التحسن في القوة الشرائية ساهما في هذا الانتعاش، حيث انتقل متوسط الدخل من 72 دولار سنة 1984 إلى 421 دولار سنة 1992، و ارتفع بعد ذلك إلى أكثر من 800 دولار سنة 2000 [22]، كما أن الحكومة أيضا خففت القيود على السفر و زادت من عدد الإجازات و العطل الرسمية، فلم يكن التنقل و السفر متاحا قبل الإصلاح، فالحصول على السيولة كان أمرا صعبا و التنقل والسفر بين الأقاليم كان يتم تنظيمه من طرف السلطات الرسمية، بحيث أن أي راغب في السفر لا بد له من موافقة السلطات الولائية و أوراق رسمية.

و مما لا شك فيه فإن آليات اقتصاد السوق المنتهجة و نظام الإجازات و إزالة الإجراءات البيروقراطية، أمام المسافرين و النشاطات التجارية و السماح للعمال بأن يعملوا في الأقاليم الأخرى و زيارة الأقارب و الأصدقاء، كل ذلك أوجد حركة تنقل كبيرة لم تشهدها الصين من قبل، و تفيد الدراسات الميدانية أن نسبة الانفاق على السياحة ازدادت في أيام الإجازات، من إجمالي نفقات الأسر، ففي بكين وصل إنفاق العائلة 10 % و في شنغهاي 11% [23].

و تعد سوق السياحة الداخلية من أكبر الأسواق على المستوى العالمي، و ذلك بحكم حجم السكان الذي يتجاوز 1.3 مليار نسمة، ففي العقد الماضي نمت هذه السوق بنسبة 10 % في المتوسط [24]، و ساهمت بأكثر من 5% من نمو الناتج المحلي، و فتحت مجالات كثيرة لفرص التوظيف و زيادة الاستهلاك.

إن مدى تزايد الإنفاق على السياحة و تنامي عدد السياح في العشرية الأخيرة، كان نتيجة للتحسن في المداخيل و للدور المركزي للدولة في النهوض بالتنمية، الأمر الذي أدى إلى توسيع دائرة الطبقة الوسطى، التي ساهمت في تزايد الاستهلاك على امتداد العقود الثلاثة الماضية، و قد لعبت وسائل الإعلام في الترويج للاستهلاك، إذ تدعوا المستهلك الصيني للتشبث بسلوك المستهلك في أوروبا، مما ساعد على التنمية الداخلية و النمو الاقتصادي.

و من المعروف حسب النظرية العامة لصناعة السياحة العالمية، أن الدولة تصل إلى مرحلة التنمية السريعة للاستهلاك الترفيهي و السياحي، عندما يبلغ نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي فيها إلى ما بين 3000 دولار إلى 5000 دولار [25]، و تشير الإحصاءات إلى أن الصين وصلت هذا الرقم منذ عدة سنوات، مما يفسر مستوى الاستهلاك لأغراض الترفيه الذي ناهز 1.7 تريليون يوان في سنة 2009، و يشكل ذلك 13.56% من مبيعات السلع الاستهلاكية الاجتماعية للبلاد.

2- السياحة الوافدة.

ازداد في السنوات الأخيرة أعداد السياح الأجانب و الإقبال على السوق الصينية، و ذلك نتيجة لمظاهر الحداثة التي برزت كمحصلة للنهضة

التنموية، التي شهدتها الصين و المتمثلة في فن العمارة القديمة الحديث، و المجمعات التجارية الضخمة الزاخرة بالمنتجات الصينية، التي تحفز على الرغبة في التسوق فيها، كذلك التنوع الطبيعي المتجسد في الغابات و السهول و الصحاري و الأنهار، مما زاد من الطلب على الخدمات السياحية و ذلك لتنوع المنتوج السياحي، و تعدد المرافق السياحية و لتحسن البيئة السياحية، بسبب وجود الوسائل المريحة كالقطارات عالية السرعة، التي تجعل السفر في الصين ممتعا و أكثر سلاسة، و قد ساهم في الرفع من جودة الخدمات إعادة تأهيل مؤسسات الإيواء السياحي، و انتشار المنتجعات السياحية الضخمة التي أشرفت على بنائها شركات عالمية، من هونغ كونغ و اليابان و الولايات المتحدة الأميركية و فرنسا.

إن تعزيز البنية التحتية في المواقع السياحية و استحداث مؤسسات سياحية على الطراز العالمي، هو الذي مكن الصين من أن تحتل المرتبة السابعة عشر عالميا، من ضمن 141 دولة في مجال التنافسية السياحية، و ذلك حسب تقرير تنافسية السياحة الصادر في 6 مايو 2015 بجنيف [26]، و تؤكد الأرقام تزايد الطلب العالمي على الخدمات السياحية الصينية، و يمكن ملاحظة ذلك من خلال قراءة الجدول التالي :

الجدول رقم(2) عدد السياح الأجانب بالمليون.

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد السياح	54.7	53	49.6	55.67	57.58	57.72	57,6

من إعداد الباحثان بالاعتماد على : www.wikipedia.org–wiki

www.albansanews.com–2014–02–28

3- السياحة المغادرة.

شهد هذا النوع من السياحة تزايدا ملحوظا نظـرا لارتفـاع مسـتوى الدخل و معيشة المواطن الصيني، و اتساع دائرة الطبقـة المتوسـطة التـي زادت على نصف المليار، و تنامي النزعة الاستهلاكية المتولدة عن سياسات الانفتاح و ترسيخ قيم اقتصاد السوق، التي تشجع المـواطن علـى الإنفـاق الاستهلاكي و تجاوز ذهنية الادخار الموروثة عن الحقب الماضية، كذلك فإن انتشار تعليم اللغات الأجنبية داخل الصين، و التطور الحاصـل فـي ثـورة الاتصال بالإضافة إلى ارتفاع قيمة صرف اليوان الصيني، كل هذه العوامـل مجتمعة شجعت المواطنين على السفر إلى الخارج، حيث زادت قدرة المسافر الصيني على الإنفاق [27]، و تشير التقارير السنوية الصـادرة عـن الإدارة الوطنية للسياحة الصينية، أن أعداد السياح في تزايد مستمر، إذ أن أصـحاب الدخول المتوسطة، باتوا يصطفون في طـوابير أمـام السـفارات الأجنبيـة للحصول على التأشيرة، رغبة منهم في السياحة الخارجية، و هذا ممـا أدى بدول أوروبية و آسيوية إلى التنافس للحصول على حصة أكبر مـن السـوق الصينية المصدرة للسياح، إذ سارعت كل من هذه الدول بتسهيل الإجـراءات لحصول الصينيين على التأشيرة، و تشير التقديرات أن أعداد السياح قد قفـز من 10 مليون سائح سنة 2000 إلى 83 مليون سائح سنة 2012 [28].

إن مستوى إنفاق الصينيين على السياحة في الخارج، هـو مـا جعـل الإحصائيات تضع الصين باستمرار في الصدارة، باعتبارهـا واحـدة مـن الأسواق السياحية الأسرع نموا في العالم، و قد استطاع هذا الإنفاق أن يخفف من تأثير الأزمة المالية الأخيرة على بعض الدول الآسيوية.

المحور الثالث : مكاسب الصين من الصناعة السياحية.

تشكل السياحة الصينية قطاعا خدميا مهما، دخلت منذ بداية القرن الحالي مرحلة الصناعة السياحية، ذلك لارتباطها بمختلف القطاعات الأخرى و قدرتها على تحريك الاقتصاد، فتأثير المضاعف multiplier effect أصبح واضحا في خلق القيمة المضافة، و توفير ملايين فرص العمل و جلب العملات الصعبة، مما خول للصين بأن تكون من أكبر أسواق السياحة و وجهة عالمية للسياح، وهو ما جعل قطاع السياحة يحقق للصين مجموعة من المكاسب من أبرزها ما يلي :

1- مساهمة السياحة في النمو الاقتصادي.

تشير الدراسات و البحوث أن مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي في الصين، تنمو بوتيرة أسرع من معظم القطاعات الأخرى، فمن المتوقع أن تنموا بنسبة أكثر من 9 % خلال السنوات العشرة القادمة، و هو معدل نمو أسرع من نمو الاقتصاد ككل، و تعتبر مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي أكبر من مساهمة قطاع صناعة السيارات و قطاع خدمات الاتصال، و كذلك قطاع التعليم، حيث أن مساهمته الإجمالية بلغت 9.4% سنة 2014، في حين أن مساهمته المباشرة قدرت ب 2.6% [(29)]، و يعود هذا الفارق بين نسبة المساهمة الإجمالية و المباشرة لهذا القطاع، إلى مدى قوة ارتباطه و تشابكه مع مختلف القطاعات الأخرى، بحيث أصبح يحفزها على زيادة الإنتاج و رفع معدلات النمو.

إن الزيادة الملاحظة في رأس المال المستثمر في قطاع السياحة و كذلك الإنفاق الحكومي، تعكس أهمية هذا القطاع و مدى استجابته لجني

فرص النمو و تحقيق المنفعة، و الجدول التالي يوضح تزايد مخصصات الاستثمار لهذا القطاع:

الجدول رقم (3) : حجم الإنفاق الحكومي و الاستثمار في السياحة في الصين. الوحدة بالمليار يوان

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2025
رأس المال المستثمر	776.3	598	646.1	700.7	782.9	842.6	908.2	1717.2
الإنفاق الحكومي	186.4	205.1	226.2	251.9	278.8	307.6	333.1	622.0

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على : wttc travel and tourism economic impact 2015 p:15

2- دور السياحة في التشغيل.

إن استغلال الموارد السياحية و تنفيذ الأشغال و الورش يحرك الطلب على منتجات القطاعات الأخرى، مما يزيد من إنتاجيتها و يؤدي إلى تزايد الحاجة إلى العمال، إن واقع السياحة أصبح يفرض نوعا من الاعتماد المتبادل ما بين القطاعات، و قد استطاع قطاع السياحة أن يخلق عمالة متنوعة في شركات السياحة، و الفنادق و الشقق و توظيف المرشدين السياحيين و عمالة غير مباشرة في قطاعات أخرى، كقطاع الزراعة و قطاع البناء و التشييد و الصناعات الغذائية، ساهم في ذلك ازدهار السياحة الداخلية و إقبال المواطنين عليها، مما وفر عشرات ملايين مناصب الشغل، و الجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (4) : تطور العمالة في قطاع السياحة في الصين خلال الفترة 2009-2025 (الوحدة بالألف)

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2025
المساهمة المباشرة للسياحة في التوظيف	20724	22105	22688	22717	23917	23160	23428	26710
المساهمة غير المباشرة	62184	61661	63283	63668	64800	66086	68276	94134

من إعداد الباحثان بالاعتماد على: wttc travel and tourism economic impact 2015 P. 12

من خلال الجدول السابق يلاحظ ضخامة حجم التوظيف الذي تساهم السياحة به و يظهر ذلك حجم الفرق بين المساهمة المباشرة و غير المباشرة، و هذا يعني أنها وصلت درجة متقدمة من الصناعة السياحية، عن طريق توليد المزيد من فرص العمل، إذ تجاوزت مساهمة قطاع الخدمات المالية في التشغيل.

3- مداخيل الصين من العملات الصعبة.

رغم أهمية السياحة الداخلية لدى السلطات الصينية و دورها في النهوض بالتنمية الاقتصادية، إلا أنها أعطت للسياحة الوافدة عناية خاصة لما لها من دور في تنويع مصادر الدخل و جلب العملات الصعبة، و قد ساعد على ذلك بالموازاة مع عوامل الجذب السياحي، مكانة الصين في الاقتصاد العالمي و حضورها على مسرح التجارة الدولية.

و وفقا لإحصائيات المجلس العالمي للسياحة و السفر فإن متوسط إيرادات الصين من العملات الصعبة سنويا خلال السنوات العشرة الماضية بلغ 54 مليار دولار، و قد تجاوزت الإيرادات 60 مليار دولار سنة 2014 [30]، و جاءت في المرتبة الثانية بعد الولايات المتحدة الأمريكية.

4- مساهمة السياحة في التخفيف من الفقر.

تظهر بيانات السلطات السياحية الصينية أن قطاع السياحة ساهم في مكافحة الفقر داخل الريف الصيني، حيث وفر فرص عمل في المناطق السياحية و انتعشت الصناعات الحرفية و التقليدية، مما زاد من دخول الحرفيين و الفلاحين، و انتشال 13 مليون شخص من براثين الفقر، و هو ما يمثل 10% من السكان الذين يعانون من الفقر خلال الفترة (2011-2014) [31]، كما أن مخطط التنمية للجودة السياحية الصينية (2013-2020) يهدف إلى رفع الفقر عن 17% من السكان الفقراء [32]، و في هذا السياق تؤكد مصلحة السياحة الصينية، أن برامج السياحة ساهمت سنويا في إزالة الفقر عن مليوني فقير.

الخاتمة

من خلال العرض السابق يمكن القول أن الصين استطاعت خلال ثلاث عقود أن تنهض بالقطاع السياحي، و أن يتبوأ مكانة مهمة إلى جنب القطاعات الرائدة، و أن يتحول من قطاع ثانوي و هامشي إلى قطاع حيوي دخل مرحلة الصناعة السياحية.

لقد نجحت الصين إلى حد ما في تنفيذ خططها و سياساتها في ميدان السياحة لتحقيق الأهداف المرسومة، فالجهود التي بذلتها السلطات و مستوى الاستثمار الذي خصصته لهذا القطاع، و الدور التكميلي الذي قام به القطاع

الخاص مكن من توظيف و استغلال المعالم السـياحية الطبيعيـة، و الإرث التاريخي للشعب الصيني و لحضارته التي تزيد على 5000 سنة، إلى تكون مقصد سياحي تشغف لها القلوب و تزورها مئات الملايين.

إن ما يميز تجربة السياحة في الصين هو تركيزهـا علـى السـياحة الداخلية، و قد أثبتت جدارتها و دورها في النمو الاقتصادي، و قدرتها علـى خلق و تنمية العلاقات ما بين القطاعات الاقتصـادية و الخدميـة و تحقيـق التكامل الرأسي و الأفقي، حيث ساهمت بـــ 9.4% مـن إجمـالي النـاتج الداخلي الإجمالي، و تطمح الصين أن تصل المساهمة إلى 16% في آفـاق سنة 2020، كذلك استطاعت توظيف جيش من العمال ينـاهز 70 مليـون عامل و تسعى لبلوغ 100 مليون عامل في آفاق سنة 2025، و لم يقتصـر دورها على هذا فقط، بل انتشلت من الفقر 17% من إجمالي الفقـراء، إلـى جانب مساهمتها في زيادة المعروض من النقد الأجنبي بمتوسط سنوي يزيـد على 50 مليار دولار خلال العشرة سنوات الأخيرة، و قد تجاوزت العائدات من العملة الصعبة 60 مليار دولار سنة 2014.

و على الرغم من تحقيق الصين لهذه المكاسب من قطاع السـياحة، إلا أنها لم تصل إلى جودة الخدمات كما هـو الحـال فـي الولايـات المتحـدة الأمريكية و ألمانيا و إسبانيا و فرنسا، لكن الصين تخطو بخطوات تدريجيـة و مدروسة لسحب البساط من تحت رواد الصناعة السياحية العالمية.

و تواجه السياحة الصينية مجموعة من التحديات من طـرف الـدول المجاورة لها، و التي تتطور السياحة فيها تطورا سريعا، لذا فعلى الصين أن تتخذ سياسة تسويق مرنة و ماهرة، كذلك فإن ارتفاع سعر صرف الإيـوان يقلل من ارتفاع طلب السياح الوافدين، و يشجع في المقابل المواطن الصيني على السفر، مما يشكل ضغطا على احتياطيات الدولة من العملات الصعبة.

التوصيات:

من خلال تجربة الصين في المجال السياحي، يمكن اقتراح بعض التوصيات و إسقاطها على الحالة الجزائرية، و ذلك من خلال ما يلي :

- الاهتمام بالسياحة الداخلية اقتداء بالتجربة الصينية، ذلك لأن الدولتين كل منهما مرت سابقا بالتخطيط المركزي، و بالتالي يكون من السهل نقل التجربة.
- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في الميدان السياحي و التركيز على السياحة الداخلية، لأنها لا تتطلب رأس مال كبير بالمقارنة مع الاستثمار في السياحة الوافدة.
- التركيز على السياحة الصحراوية لأنها أصبحت تستهوي شريحة معتبرة في الداخل و في الخارج و خصوصا من دول الخليج.
- إنشاء مدارس و معاهد عليا متخصصة في السياحة.
- بث الوعي و ترسيخ الثقافة السياحية لدى المواطن من خلال وسائل الإعلام.
- تنظيم مهرجانات دائمة في جميع مناطق الوطن للتعريف بمقدرات و معالم البلد السياحية.
- استغلال وسائل الإعلام الوطنية و الدولية لإظهار الصورة الحقيقية للسياحة الجزائرية (الإعلانات و البرامج المتخصصة).
- تخفيف القيود أمام الاستثمار الأجنبي و خصوصا الاستثمار الأجنبي المشترك في ميدان السياحة الوافدة.

الهوامش والمراجع

1- www.chinaasia-rc.org/index-php?p=32eid=177 تاريخ التصفح 2015./07/20

2- لي هاي روي، سلسلة أساسيات الصين السياحة الصينة... اكتشاف أرض الأحلام، ترجمة فريدة وانغ فو، دار النشر الصينية عبر القارات بكين، 1998، ص 88.

3- www.chinaasia-rc.org مرجع سبق ذكره.

4- www.sudaneseonline.com تاريخ التصفح 2015/07/20

5- لي هاي روي، سلسلة أساسيات الصين السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 93.

6- لي هاي روي، سلسلة أساسيات الصين السياحية.. اكتشاف أرض الأحلام، نفس المرجع السابق ص ص 122-.123

7- www.chinaasia-rc.org مرجع سبق ذكره.

8- لي هاي روي، سلسلة اساسيات الصين السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 140.

9- ولد أحمدو الطالب احمد، قراءة في مكاسب الصين في الإصلاح الاقتصادي والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، مجلة جامعة الملكة أروى العدد 12 صنعاء 2014 ص 15.

10- www.chinaasia-rc.org مرجع سبق ذكره.

11- www.maghress.comprap/4034 تاريخ التصفح 2015/07/23

12- www.chinaasia-rc.org مرجع سبق ذكره.

13- www.arabic.people.com.cn/31659/6493/7.html
تاريخ التصفح 2015./08/03

14- www.agada.com/ar-ae/county/dina.html تاريخ التصفح 2015/08/03

15- www.chinaasia-rc.org مرجع سبق ذكره.

16- www.wikipedia.org/wiki تاريخ التصفح 2015./08/04

17- www.e3lm.com تاريخ التصفح 2015./08/02

18- www.masr11.com/business/item/117767 تاريخ التصفح 2015/08/05.

19- د. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 147.

20- د. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، بعد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 2003، ص 201.

21- www.arabic.visitbeijing.com.en/news/n214835679.html تاريخ التصفح 2015/08/07.

22- سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2002، ص 67.

23- ولد أحمدو الطالب أحمد، قراءة في مكاسب الصين من الإصلاح الاقتصادي مرجع سبق ذكره ص. 13.

24- لي هاي روي. سلسلة أساسيات الصين، السياحة الصينية مرجع سبق ذكره ص ص 133-134.

25- www.alhaya.ps/pdf/2011/9 تاريخ الاطلاع 2015/08/08.

26- www.org/docs/ttcr2015-av.pjf تاريخ التصفح 2015/08/09.

27- Report: tourism. market in dina. The EU SME centre P.7

28- www.tourism-review.net/top-10-biggest.spenters تاريخ التصفح 2015/08/07.

29- wttc hravel and tourism economic inpact 2015 p. 09.

30- wttc. Travel and tourism economic impact 2015 P.07.

31- www.ar.sonthsouthnews.com/the-un-at.work/un-agencies-peatures تـــاريخ التصـــفح 2015/08/10.

32- www.media.unwto.org/press-release/2015-07-29
تاريخ التصفح 2015/08/19.